

INTISARI

Keputusan pembelian merupakan perilaku yang timbul pada diri seseorang karena adanya rangsangan atau hubungan dari pihak lain untuk mendapatkan suatu produk. Setelah melakukan keputusan pembelian, seorang konsumen akan menunjukkan perilaku pasca pembelian yang mana perilaku tersebut dapat menunjukkan loyal atau tidaknya seorang konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan es krim Campina di Kota Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian es krim Campina di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan aksidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis yaitu regresi linier berganda dan regresi linier sederhana yang diolah dengan program SPSS 24.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan iklan televisi terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian selanjutnya keputusan pembelian terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan es krim Campina di Kota Surabaya

Kata kunci: kualitas produk, harga, iklan televisi, keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Purchasing decision is behavior which arises in a person due to the stimulation or correlation from other parties to get a product. After purchasing decision is made, a customer will show post purchasing behavior in which it can indicate whether a customer is loyal or not. This research is aimed to find out the influence of product quality, price and television commercials to the customer purchasing decision and to find out the influence of purchasing decisions to the customer loyalty of ice cream Campina in Surabaya.

The population is all customer who have ever purchased ice cream Campina in Surabaya city. The sample collection technique has been done by using accidental sampling and the numbers of samples are 98 respondents. This research applies two analytical techniques i.e. multiple linear regressions and simple linear regression which have been processed by using the SPSS 24 program.

The result of hypothesis test indicates that product quality, price and television commercials have proved that these variables give significant and positive influence to the purchasing decision. Moreover, purchasing decision has proved to give significant and positive influence to the customer loyalty of ice cream Campina in Surabaya.

Keywords: product quality, price, television commercials, purchasing decisions and customer loyalty.